

## بررسی نقش رسانه‌ها در ترویج و همگانی کردن ورزش شطرنج در جامعه

محمدفیروزیان<sup>۱</sup>

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی شیراز

Mohammadfi1372@gmail.com

### چکیده:

هدف این پژوهش بررسی نقش رسانه‌ها در ترویج و همگانی کردن ورزش شطرنج در جامعه بود. روش تحقیق حاضر کمی از نوع تحقیقات کاربردی بوده و به لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها میدانی بود. جامعه آماری پژوهش متخصصین حوزه ورزش شطرنج، حوزه رسانه و ورزش بودند که با توجه به دسترسی محقق تعداد این متخصصین ۱۲۵ نفر برآورد شدند. نمونه آماری بصورت کل شمار در نظر گرفته شد. ابزار مورد استفاده در این پژوهش پرسشنامه الگوگرفته شده از پرسشنامه مرادی و همکاران (۱۳۹۰) بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط ۱۲ نفر اساتید مدیریت ورزشی و رسانه مورد تایید قرار گرفت. پایایی پرسشنامه نیز توسط آزمون آلفای کرونباخ تایید شد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آمار توصیفی و استنباطی شامل آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، آزمون تی تک نمونه‌ای و آزمون رتبه‌ای فریدمن استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که ۴ بعد نقش رسانه شامل فرهنگ سازی، آموزشی، اطلاع رسانی و ایجاد مشارکت اجتماعی نقش مثبتی در ترویج و توسعه شطرنج در جامعه دارند. رسانه‌ها باید به توسعه ورزش در جامعه کمک کنند با توجه به اینکه ورزش شطرنج یک ورزش فکری و روانی است و می‌تواند کمک زیادی به توسعه فکری افراد کند، بنابراین باید مورد توجه همگان قرار بگیرد.

کلیدواژگان: رسانه، ترویج، همگانی کردن، شطرنج

## مقدمه :

ورزش به عنوان یکی از پدیده‌های اجتماعی در سالهای اخیر یکی از جذابترین موضوعات در جهان بشمار می‌رود. این پدیده در زندگی بسیاری از مردم جهان در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی و سیاسی نقش بسزایی داشته و از جمله فعالیتهای مهم انسانی است که تقریباً هیچ جامعه بشری را نمی‌توان یافت که در آن ورزش به گونه‌ای وجود نداشته باشد. در سال‌های اخیر جذابیت مسابقات ورزشی موجب افزایش محبوبیت ورزش در جوامع گردیده که همین مساله موجب ارتباط بین ورزش و رسانه‌ها شده است (طلوعی اشلقی، ۱۳۸۹).

در روند پرشتاب جهانی، فناوری ارتباطی با سرعتی غیرقابل تصور پیشرفت نموده و چهره جهان را دگرگون کرده است. گستره و ژرفای این دگرگونی به حدی است که جامعه نوین در حال پیدایش و شکل‌گیری و دوره جدیدی در حیات بشر آغاز شده است (صیادی و همکاران، ۱۳۹۵). امروزه رسانه‌ها قویترین ابزار برای طرح و رواج اندیشه‌ها و کارآمدترین وسایل برای نفوذ فرهنگ‌ها و نگرش‌ها به قلب جوامع هستند و نقش مهمی در شکل‌گیری نگرشهای مخاطبان ایفا می‌کنند (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۲). مهمترین نقش‌هایی که برای رسانه‌های گروهی مطرح می‌شود عبارتند از: اطلاع‌رسانی و آگاهی، حمایت از قانون و نظارت بر اجرای درست قوانین، ایجاد حیطه مناسب برای برخورد عقاید گوناگون، فراهم کردن زمینه آموزش مداوم، کمک به رشد فرهنگی و فکری جامعه، فراهم کردن سرگرمی‌های آموزنده، ایجاد روحیه مشارکت و همکاری برای برنامه‌های توسعه و عمده‌ترین نقشی که بر عهده دارند عبارتند از فرهنگ‌سازی، آموزش، اطلاع‌رسانی و ایجاد مشارکت اجتماعی (مرادی، ۱۳۹۰).

ورزش بخشی از فرهنگ و از ملزومات اساسی زندگی اجتماعی امروز و از عرصه‌های بسیار مهمی است که حکومتها، افراد و سازمانهای بین‌المللی همواره تمایل داشته‌اند تا از آن برای دستیابی به اهداف موردنظر خود بهره‌برداری کنند. پژوهشگران نیز از ورزش به عنوان مؤلفه‌های جدانشدنی از تمامی ارتباطات و تعاملات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورهای مختلف جهان یاد میکنند (فیض‌آبادی و همکاران، ۲۰۱۰). تمایل افکار عمومی جهان به کسب اخبار و اطلاعات مربوط به رویدادهای ورزشی از یک سو و انعکاس‌گسترده وقایع ورزشی از طریق رسانه‌های جمعی از سوی دیگر سبب شده است که قلمرو ورزش و سیاست روز به روز به هم نزدیکتر شوند، به طوری که دوری عرصه ورزش از دنیای سیاست، دیگر امر ساده‌ای به نظر نمی‌رسد. همچنین نیازهای حقیقی مردم، از

درون شرایط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی سرچشمه میگیرند و این بیانگر این نکته مهم است که میان ورزش و عوامل مختلف سیاسی، اقتصادی و غیره تأثیرات متقابل وجود دارد (میریوسفی و بخشنده، ۱۳۹۹). امروزه رسانه‌ها نقش بسیار مهمی در توسعه و معرفی ورزش در سطح جهان دارند. شطرنج یکی از رشته‌هایی است که با توجه به نوع انجام آن، طرفداران زیادی در جهان پیدا کرده است، سابقه انجام این ورزش با توجه به اینکه تجهیزات کمی نیاز دارد، از دوران بسیار قدیم انجام شده است. اسدی و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیق خود دریافتند نقش رسانه بویژه تلویزیون در توسعه والیبال هم در وضعیت موجود و هم در وضعیت مطلوب قابل توجه بوده و همچنین نسبت به سایر رسانه‌ها نقش موثرتری دارد. نتیجه تحقیقات صورت گرفته نشان دهنده آن است که رسانه‌ها نقش پررنگی در توسعه ورزش دارند.

با توجه به اهمیت ورزش شطرنج و اینکه رسانه می‌تواند در رشد و توسعه آن نقش داشته باشد، محقق در این پژوهش نقش رسانه در ترویج و همگانی کردن این رشته در سطح جامعه را مورد بررسی قرار داد و ابعاد مختلف نقش رسانه را مورد بررسی قرار داد.

#### روش‌شناسی:

روش تحقیق حاضر کمی از نوع تحقیقات کاربردی بود و به لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها میدانی بود. جامعه آماری پژوهش متخصصین حوزه ورزش شطرنج و حوزه رسانه و ورزش بودند که با توجه به دسترسی محقق تعداد این متخصصین ۱۲۵ نفر برآورد شدند. نمونه آماری بصورت کل شمار در نظر گرفته شد. ابزار مورد استفاده در این پژوهش پرسشنامه الگوگرفته شده از پرسشنامه مرادی و همکاران (۱۳۹۰) بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط ۱۲ نفر اساتید مدیریت ورزشی و رسانه مورد تایید قرار گرفت. پایایی پرسشنامه نیز توسط آزمون آلفای کرونباخ تایید شد.

#### جدول ۱. ضرایب آلفای کرونباخ خرده مقیاس‌های پرسشنامه

ردیف	خرده مقیاس‌های پرسشنامه	ضریب آلفای کرونباخ
۱	فرهنگ سازی	۰/۸۶
۲	آموزشی	۰/۸۲
۳	اطلاع رسانی	۰/۷۹
۴	ایجاد مشارکت اجتماعی	۰/۸۴
۵	پایایی کل پرسشنامه	۰/۹۵

برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آمار توصیفی و استنباطی شامل آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، آزمون تی تک نمونه ای و آزمون رتبه ای فریدمن استفاده شد. در این پژوهش از نرم افزار spss نسخه ۲۲ برای تجزیه و تحلیل اطلاعات استفاده شد.

#### نتایج و یافته‌های پژوهش:

نتایج پژوهش در بخش آمار توصیفی نشان داد که ۶۹ درصد از افرادی که به پرسشنامه پاسخ دادند مرد و ۳۱ درصد زن بودند، ۴۱ درصد مدرک تحصیلی افراد لیسانس بود، ۳۶ درصد پاسخ دهندگان دارای سابقه فعالیت بین ۱۰-۱۵ سال داشتند. و ۸۷ درصد آنها متاهل بودند. جدول ۱، آمار توصیفی شامل میانگین و انحراف استاندارد مولفه‌های نقش رسانه‌ها در توسعه ورزش شطرنج را نشان می‌دهد که نتایج حاکی از آن است که میانگین همه مولفه‌ها بالاتر از حد متوسط ۳ قرار دارد.

جدول ۲: آمار توصیفی مولفه‌های نقش رسانه

مولفه	میانگین	انحراف استاندارد
فرهنگ سازی	۳/۴۵	۰/۷۸۵
آموزشی	۳/۳۶	۰/۸۶۳
اطلاع رسانی	۳/۱۸	۰/۹۱۲
ایجاد مشارکت اجتماعی	۴/۴۵	۰/۷۴۱
نقش رسانه	۳/۶۱	۰/۶۲۵

#### بررسی نرمال بودن داده‌ها

به منظور بررسی توزیع داده‌ها از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده شد. با توجه به نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف در جدول ۳، می‌توان گفت توزیع داده‌ها در مولفه‌های نقش رسانه نرمال می‌باشند. بنابراین می‌توان از آزمونهای پارامتریک برای بررسی فرضیات پژوهش استفاده کرد.

جدول ۳: نتایج آزمون نرمالیتی

متغیر	فرهنگ سازی	آموزشی	اطلاع رسانی	ایجاد مشارکت اجتماعی	نقش رسانه
سطح معناداری	۰/۲۳۶	۰/۷۱۴	۰/۷۹۹	۰/۲۳۵	۰/۵۵۲
Z	۰/۷۹۵	۰/۵۸۷	۰/۵۰۳	۰/۸۱۴	۰/۷۴۵

فرضیات پژوهش:

**فرضیه ۱: رسانه (فرهنگ سازی) در ترویج و همگانی کردن شطرنج نقش دارد.**

جدول ۴: آماره های آزمون تی تک نمونه ای

متغیر	میانگین	انحراف معیار	خطای انحراف معیار	اختلاف میانگین	T	معنی داری
فرهنگ سازی	۳/۴۵	۰/۷۸۵	۰/۰۶	۰/۲۱۲	۴/۹۸	۰/۰۰۱

نتایج آزمون تی تک نمونه ای نشان داد که فرهنگ سازی با توجه به سطح معنی داری زیر ۰/۰۵، در ترویج و همگانی کردن شطرنج تاثیر معناداری دارد.

**فرضیه ۲: رسانه (آموزشی) در ترویج و همگانی کردن شطرنج نقش دارد.**

جدول ۵: آماره های آزمون تی تک نمونه ای

متغیر	میانگین	انحراف معیار	خطای انحراف معیار	اختلاف میانگین	T	معنی داری
آموزشی	۳/۳۶	۰/۸۶۳	۰/۰۹	۰/۱۶۵	۴/۴۵	۰/۰۰۱

نتایج آزمون تی تک نمونه ای نشان داد که آموزشی با توجه به سطح معنی داری زیر ۰/۰۵، در ترویج و همگانی کردن شطرنج تاثیر معناداری دارد.

**فرضیه ۳: رسانه (اطلاع رسانی) در ترویج و همگانی کردن شطرنج نقش دارد.**

جدول ۶: آماره های آزمون تی تک نمونه ای

متغیر	میانگین	انحراف معیار	خطای انحراف معیار	اختلاف میانگین	T	معنی داری
اطلاع رسانی	۳/۱۸	۰/۹۱۲	۰/۰۸	۰/۴۲۱	۳/۲۴	۰/۰۰۱

نتایج آزمون تی تک نمونه ای نشان داد که اطلاع رسانی با توجه به سطح معنی داری زیر ۰/۰۵، در ترویج و همگانی کردن شطرنج تاثیر معناداری دارد.

**فرضیه ۴: رسانه (ایجاد مشارکت اجتماعی) در ترویج و همگانی کردن شطرنج نقش دارد.**

جدول ۷: آماره های آزمون تی تک نمونه ای

متغیر	میانگین	انحراف معیار	خطای انحراف معیار	اختلاف میانگین	T	معنی داری

۰/۰۰۱	۸/۱۴	۰/۱۱۲	۰/۰۵	۰/۷۴۱	۴/۴۵	ایجاد مشارکت اجتماعی
-------	------	-------	------	-------	------	----------------------

نتایج آزمون تی تک نمونه ای نشان داد که ایجاد مشارکت اجتماعی با توجه به سطح معنی داری زیر ۰/۰۵ در ترویج و همگانی کردن شطرنج تاثیر معناداری دارد.

### رتبه بندی ابعاد نقش رسانه در ترویج شطرنج:

به منظور رتبه بندی نقش رسانه ها در ترویج و همگانی کردن شطرنج در جامعه از آزمون رتبه ای فریدمن استفاده شد که نتایج آن در جداول ۸ و ۹ ارائه شده است.

جدول ۸: آماره های آزمون فریدمن

میانگین رتبه	ابعاد نقش رسانه
۲/۷۴	فرهنگ سازی
۲/۳۶	آموزشی
۱/۶۳	اطلاع رسانی
۳	ایجاد مشارکت اجتماعی

جدول ۹: آزمون فریدمن

N	۱۲۵
Chi-square	۵۴/۳۶۵
Df	۳
Sig	۰/۰۰۰

نتایج آزمون رتبه ای فریدمن نشان داد که به ترتیب ایجاد مشارکت اجتماعی، فرهنگ سازی، آموزشی و اطلاع رسانی با توجه به میانگین رتبه هر کدام رتبه بالاتری به عنوان نقش رسانه ها در ترویج و همگانی کردن شطرنج در جامعه دارند.

### بحث و نتیجه گیری:

هدف این پژوهش بررسی نقش رسانه ها در ترویج و همگانی کردن ورزش شطرنج در جامعه بود. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که نقش رسانه در قالب ۴ بعد فرهنگ سازی، آموزشی، اطلاع رسانی و ایجاد مشارکت اجتماعی نمایان است. همچنین نتایج آزمون تی تک نمونه ای نشان داد که هر ۴ بعد در توسعه و ترویج و همگانی شدن ورزش شطرنج نقش دارند. این نتایج با یافته های غفوری (۱۳۸۲)، کردی (۱۳۸۶) و مرادی و همکاران (۱۳۹۰) همسو بود. توسعه یک ورزش در سطح جامعه نیاز به

توجه همگانی دارد. باید رسانه‌ها که ارتباط مستقیمی با مردم دارند ورزش را مورد توجه قرار دهند و از فواید و الزامات انجام آن در سطح جامعه بگویند و مردم را به انجام ورزش ترغیب کنند. ورزش شطرنج با توجه به اینکه یک ورزش فکری و ذهنی است و نیاز به تفکر و تمرکز دارد می‌تواند در رشد و توسعه سطح فکری و ذهنی افراد تاثیر مثبتی داشته باشد بنابراین باید مورد توجه جامعه قرار بگیرد در این مسیر رسانه‌ها می‌توانند با تبلیغ و معرفی آن و همچنین مسابقات شطرنج مردم را در گرایش به آن ترغیب کنند. همچنین نتایج آزمون رتبه‌ای فریدمن نشان داد که به ترتیب ایجاد مشارکت اجتماعی، فرهنگ سازی، آموزشی و اطلاع رسانی با توجه به میانگین رتبه هر کدام رتبه بالاتری به عنوان نقش رسانه‌ها در ترویج و همگانی کردن شطرنج در جامعه دارند. رسانه می‌تواند با توجه به رسالتی که بر عهده دارد در ایجاد مشارکت اجتماعی نقش پررنگتری داشته باشد. هدف نهایی از ایجاد ارتباطات مختلف از طریق رسانه، رسیدن به مشارکت اجتماعی و همکاری همگانی در سطح جامعه است که این هدف می‌تواند توسط رسانه محقق گردد.

در انتها پیشنهاداتی در جهت ترویج و همگانی کردن شطرنج در جامعه ارائه می‌گردد:

- پخش مسابقات مهم شطرنج از طریق رسانه ملی
- ایجاد اکادمی‌های مختلف در سراسر کشور برای آموزش نونهالان و نوجوانان به منظور پشتوانه سازی و کشف استعدادها در این رشته.
- حضور ورزشکاران و مسئولان رشته شطرنج در رسانه ملی و توضیح در مورد فواید و قوانین این رشته برای عموم مردم
- حضور تیم‌های ملی در مسابقات مختلف برون مرزی و اختصاص بودجه کافی برای این امر توسط فدراسیون.
- آموزش شطرنج از طریق رسانه ملی مانند دیگر ورزش‌هایی که از شبکه ورزش پخش می‌گردد

#### منابع:

- اسدی، عباس و رضایی صوفی، مرتضی. (۱۳۹۳). بررسی وضعیت موجود و وضعیت مطلوب نقش رسانه‌های جمعی در توسعه رشته والیبالی در دانشجویان علوم ورزشی، فصلنامه مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، مقاله ۷، دوره ۲، شماره ۵، ۵۹-۶۳.

- رجبی، مالک. سلطان حسینی، محمد. رضوی، محمدحسین و حسینی، سیدعماد. (۱۳۹۱). نقش رسانه ها و تماشاگران ورزشی در جذب سرمایه گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی، مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۱۳، صص ۱۰۶-۹۳.
- طلوعی اشلقی، عباس. پاشائی، محمد. مدبری کلیانی، رحیم. (۱۳۸۹). نقش رسانه های جمعی در توسعه ورزش شهروندی (همگانی)، فصلنامه مطالعات مدیریت شهری، سال دوم، شماره دوم.
- مریوسفی، سیدجلیل. بخشنده، حسین. (۱۳۹۹). تبیین و اولویت بندی عوامل تاثیرگذار رسانه های جمعی بر توسعه فرهنگ سیاسی ورزش قهرمانی. نشریه مدیریت ورزشی، دوره ۱۲، شماره ۲، ۵۲۰-۵۰۱.
- مرادی، مهدی. هنری، حبیب. احمدی، عبدالحمید. (۱۳۹۰). بررسی نقش چهارگانه رسانه های ورزشی در توسعه فرهنگ ورزش همگانی، نشریه مدیریت ورزشی، شماره ۹، ۱۸۰-۱۶۷.
- قاسمی، حمید. (۱۳۸۶). بررسی نقش رسانه های گروهی در توسعه ورزش کشور، رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات تهران.
- بخشنده، حسین. جلائی، سیدعبدالمجید. اسماعیلی، محسن. رسولی، سیدمهدی. (۱۳۹۹). برآورد مدل رشد اقتصادی صنعت ورزش ایران، پژوهشهای فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، دوره ۱۲، شماره ۲، ۲۳-۹.
- غفوری، فرزاد. (۱۳۸۲). مطالعه و بررسی نگرش متخصصان تربیت بدنی به نقش رسانه ها جمعی در گرایش مردم به ورزش قهرمانی و همگانی، نشریه حرکت، شماره ۱۶.
- Manoli, A. E. (2018). "Sport marketing's past, present and future; an introduction to the special issue on contemporary issues in sports marketing". *Jurnal strategic Marketing*, Vol 26, NO 1, P: 1-5.
- KianMarzBonab Y. Investigating the economic situation of Iran's sports industry in 2001-2005. Master Thesis, Urmia University, pp 28-80 (In Persian). 2008
- Feizabadi M S, Khabiri M, Hamidi M. " The Relationship between the Success of Countries at the Guangzhou 2010 Summer Asian Games and Demo-economic Factors" . *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2013; 82: 369-374.